

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT  
BELI ULANG PADA E-COMMERCE SHOPEE  
(Studi Pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa STEI  
Jakarta)**

**SKRIPSI**

**RICO FEBRIANZA  
21160000115**



**PROGRAM STUDI STRATA I MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT  
BELI ULANG PADA E-COMMERCE SHOPEE  
(Studi Pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa STEI  
Jakarta)**

**SKRIPSI**

**RICO FEBRIANZA  
21160000115**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA I MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

### **PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 11 September 2020

METERAI  
TEMPEL  
Rp. 6.000  
ENAM RIBU RUPIAH  
  
**RICO FEBRIANZA**  
NIM 21160000115

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Imelda Aprileny, SE., ME. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen. Serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, November 2020

Pembimbing,



Imelda Aprileny, SE., ME

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. #Dec 29, 2020.




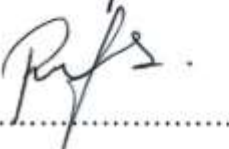
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 11 September 2020 dengan nilai **B+**

#### Panitia Ujian Skripsi

1.  ..... ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ..... ; Imelda Aprileny, SE., ME  
(Pembimbing)
3.  ..... ; Ir. Dwi Windu Suryono, MS  
(Penguji 1)
4.  ..... ; Rutinaias Haholongan, SE., MSc  
(Penguji 2)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Imelda Aprileny, SE., ME., selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS. selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Ibu Rutinaias Haholongan, SE., MSc, selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses siding.
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc., selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen
6. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Orang tua yang telah membesarkan peneliti, mendidik, membimbing dan memberikan kasih sayang dan do'a restu, serta keluarga besar peneliti yang selalu mendoakan dan memberikan dorongan moril maupun material.
8. Seluruh teman-teman diluar lingkungan kampus yang tidak dapat peneliti sebutkan satu satu yang selalu memberikan semangat serta doa dalam proses

penyelesaian skripsi ini.

9. Seluruh teman-teman peneliti terutama untuk angkatan 2016 yang saling memberikan dukungan serta doa terbaik untuk dapat menyelesaikan skripsi di tengah-tengah pandemi ini.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan, sehingga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Jakarta, September 2020

**RICO FEBRIANZA**  
NPM 21160000115

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai aktivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RICO FEBRIANZA  
NPM : 21160000115  
Program Studi : S-1 MANAJEMEN  
Jenis Karya : SKRIPSI

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas Karya Ilmiah saya yang berjudul :

### **PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 11 September 2020

Yang menyatakan,



RICO FEBRIANZA



Rico Febrianza  
NPM : 21160000115  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Imelda Aprileny, SE., ME

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT  
BELI ULANG PADA E-COMMERCE SHOPEE  
(Studi Pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa STEI  
Jakarta)**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap minat beli ulang pada mahasiswa STEI Jakarta pada E-commerce Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STEI Program Studi S1-Manajemen. Minat beli ulang sebagai variabel independent, sedangkan *Advertising, Sales promotion, Public relation* sebagai variabel independen yang menjadi indikator bauran promosi.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menggunakan analisis kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner secara daring sebanyak 75 orang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STEI yang menggunakan aplikasi Shopee dan pernah melakukan keputusan pembelian pada Shopee. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan metode *Sampling Insidental*. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis koefisien determinasi simultan dan analisis koefisien determinasi parsial untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian dengan menggunakan program SPSS V23.0 for Windows.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel *Advertising, Sales promotion, dan Public relation* secara bersamaan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Pengguna E-Commerce Shopee. Hasil koefisien determinasi secara parsial menunjukkan bahwa variabel *Advertising, Sales promotion, dan Public relation* terhadap Minat Beli Ulang tersebut sebesar 23,7% sedangkan sisanya 76,3% dijelaskan oleh factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

***Kata Kunci: Bauran Promosi, Advertising (Periklanan), Sales promotion (Promosi Penjualan), Public relation (Hubungan Masyarakat), Minat Beli Ulang***

Rico Febrianza NPM : 21160000115 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Imelda Aprileny, SE., ME
<b>INFLUENCE OF PROMOTION MIX ON REPURCHASE INTENTION IN E-COMMERCE SHOPEE</b> <b>(Study of Shopee Application Users In Stei Jakarta Students)</b>	
<b>ABSTRACT</b> <p><i>The purpose of this study was to determine the effect of promotion mix on repurchase interest in STEI Jakarta students at Shopee E-commerce. The population in this study were all students of STEI S1-Management Study Program. Repurchase interest as an independent variable, while advertising, sales promotion, public relations as an independent variable that is an indikator of the promotional mix.</i></p> <p><i>This study used a survey method using quantitative analysis. Data collection was carried out using an online questionnaire as many as 75 people. The population in this study were all STEI students who used the Shopee application and had made purchasing decisions at Shopee. The sampling technique used was the incidental sampling method. The data testing techniques used in this study include validity, reliability, simultaneous determination coefficient analysis and partial determination coefficient analysis to test and prove the research hypothesis using the SPSS V23.0 for Windows program.</i></p> <p><i>The results of this study indicate that the Advertising, Sales promotion, and Public relations variables simultaneously affect Shopee's E-Commerce User Repurchase Interest. The results of the coefficient of determination partially show that the variables of Advertising, Sales promotion, and Public relations on Repurchase Interest are 23.7% while the remaining 76.3% is explained by other factors not examined in this study.</i></p>	
<b>Keywords: Promotion Mix, Advertising, Sales promotion, Public relations, Repurchase Intention</b>	

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	<b>ii</b>
HALAMAN PENGESAHAN .....	<b>iv</b>
KATA PENGANTAR .....	<b>v</b>
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	<b>vii</b>
ABSTRACT.....	<b>ix</b>
DAFTAR ISI.....	<b>x</b>
DAFTAR TABEL.....	<b>xiii</b>
DAFTAR GAMBAR.....	<b>xiv</b>
DAFTAR LAMPIRAN.....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Perumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Landasan Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Promosi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Minat Beli .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Keterkaitan antar Variabel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.3.1 Pengaruh <i>Advertising</i> terhadap Minat Beli Ulang .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>
	<b>Halaman</b>
2.3.2 Pengaruh <i>Sales promotion</i> terhadap Minat Beli Ulang	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>
2.3.3 Pengaruh <i>Public relation</i> terhadap Minat Beli Ulang	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>
2.4 Kerangka Konseptual Pemikiran	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Strategi Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1 Populasi Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2 Sampel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<b>defined.</b>
3.4 Operasional Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5 Metode Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1 Pengolahan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2 Uji Instrumen Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.3 Penyajian Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.4 Alat Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Deskripsi Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3 Analisis Deskripsi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1 <i>Advertising</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2 <i>Sales promotion</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.3.3 *Public relation* .....**Error! Bookmark not defined.**  
4.3.4 Minat Beli Ulang.....**Error! Bookmark not defined.**  
4.4 Hasil Uji Instrumen Data .....**Error! Bookmark not defined.**  
4.4.1 Uji Instrumen Data.....**Error! Bookmark not defined.**

**Halaman**

4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi**Error! Bookmark not defined.**  
4.4.3 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)....**Error! Bookmark not defined.**  
**defined.**  
4.4.4 Pengujian Hipotesis Berganda (Uji F)**Error! Bookmark not defined.**  
**defined.**  
4.5 Temuan Hasil Penelitian .....**Error! Bookmark not defined.**

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**.....**Error! Bookmark not defined.**  
5.1 Simpulan .....**Error! Bookmark not defined.**  
5.2 Saran .....**Error! Bookmark not defined.**  
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian ... **Error!**

**Bookmark not defined.**

DAFTAR REFERENSI .....**Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN.....**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 3.1.</b> Indikator Variabel Pengaruh Bauran Promosi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.1.</b> Data Responden berdasarkan Usia ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.2.</b> Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.3.</b> Data Responden berdasarkan Tahun Angkatan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.4.</b> Hasil Jawaban Indikator <i>Advertising</i> .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.5.</b> Hasil Jawaban Indikator <i>Sales promotion</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.6.</b> Hasil Jawaban Indikator <i>Public relation</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.7.</b> Hasil Jawaban Indikator Minat Beli Ulang	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.8.</b> Tabel Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.9.</b> Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.10.</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi parsial $X_1$ terhadap Y.....	57
<b>Tabel 4.11.</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi parsial $X_2$ terhadap Y .....	58
<b>Tabel 4.12.</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi parsial $X_3$ terhadap Y....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

**Tabel 4.13.** Hasil Analisis Koefisien Determinasi Simultan **Error! Bookmark not defined.**

**Tabel 4.14.** Hasil Hipotesis secara Simultan (Uji F) **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 1.1.</b> Statistik Penetrasi E-Commerce di Indonesia 2017-2023 .....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
<b>Gambar 1.2.</b> Statistik Penetrasi Pengguna Internet 2018 Berdasarkan Umur	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
<b>Gambar 1.3.</b> E-commerce yang Paling Banyak Dikunjungi 2019	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 2.1.</b> AIDA Model .....	29
<b>Gambar 2.2.</b> Model Of Buyer Behaviour .....	34
<b>Gambar 2.3.</b> Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Beli Ulang.....	37



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 2.</b> Identitas Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 3.</b> Total Skor untuk Variabel <i>Advertising</i> ( $X_1$ )	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 4.</b> Total Skor untuk Variabel <i>Sales promotion</i> ( $X_2$ )	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 5.</b> Total Skor untuk Variabel <i>Public relation</i> ( $X_3$ )	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 6.</b> Total Skor untuk Variabel Minat Beli Ulang (Y)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 7.</b> Hasil Pengolahan data untuk Uji Validitas Variabel <i>Advertising</i> ( $X_1$ ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 8.</b> Hasil Pengolahan data untuk Uji Validitas Variabel <i>Sales promotion</i> ( $X_2$ ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 9.</b> Hasil Pengolahan data untuk Uji Validitas Variabel <i>Public relation</i> ( $X_3$ ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 10.</b> Hasil Pengolahan data untuk Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 11.</b> Surat Riset Dari Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 12.</b> Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

